



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE

Facultad de Negocios

Escuela de Turismo

**ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA HOTELERÍA DE LUJO EN EL
CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, CON
ENFOQUE EN EL MERCADO PUNTA CANA / CAP CANA**

Sustentante(s):

Diana Marie del Rosario Rosario / 19-0098

Proyecto Final de Grado para optar por el título de Licenciatura en Dirección y Gestión del
Turismo

Nombre asesor(a):

Gloria A. Valdés

Santo Domingo, D.N

República Dominicana

Viernes 10 de diciembre del año 2021

**ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA HOTELERÍA DE LUJO EN EL
CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA,
CON ENFOQUE EN EL MERCADO PUNTA CANA / CAP CANA**

**ANALYSIS AND PROJECTION OF LUXURY HOTELS IN THE
ECONOMIC GROWTH OF THE DOMINICAN REPUBLIC, WITH A
FOCUS ON THE PUNTA CANA / CAP CANA MARKET**

RESUMEN

El turismo de lujo es aquel que implica costos elevados dándole al turista a cambio el máximo nivel de comodidad, servicios de primera y alojamientos exclusivos. Podemos destacar que el turismo de lujo se caracteriza por un servicio óptimo, de calidad, que resalta y que apuesta a la personalización de los productos y servicios que ofrece el alojamiento, la innovación en todas las áreas de los mismos y en su oferta hacia los huéspedes, y el trato que tiene el personal con los huéspedes y que recibe el personal en sí como persona. La hotelería de lujo en la República Dominicana comenzó a tener su auge con el surgimiento de los hoteles boutique en el país, los cuales desde el principio brindaban un servicio personalizado y de alta calidad, con los más exclusivos productos dentro del alojamiento. Luego, las grandes cadenas hoteleras comenzaron a implementar dentro de su todo incluido la hotelería de lujo, la cual se basa en brindar exclusividad y personalización a un nivel que abarca más, y que puede alcanzar una mayor cantidad de turistas. En este escrito se busca profundizar sobre aquellos factores que más se destacan en la hotelería de lujo y cómo los mismos son parte fundamental del crecimiento económico de la República Dominicana, tomando en consideración cómo se ha

visto afectado el crecimiento de la región Este, con un enfoque en los mercados de Punta Cana y Cap Cana, y aquellos factores que influirán significativamente en que la hotelería de lujo siga en aumento con el pasar de los años.

PALABRAS CLAVE: hotelería, lujo, crecimiento, economía, proyección, desarrollo, estrategias, innovación, personalización, estándares, calidad, servicio, hospitalidad, proyección.

ABSTRACT

Luxury tourism is one that involves high costs, giving the tourist in exchange the maximum level of comfort, first-class services and exclusive accommodations. We can highlight that luxury tourism is characterized by an optimal, quality service that stands out and that bets on the personalization of the products and services offered by the accommodation, innovation in all areas of the same and in its offer to the guests, and the treatment that the staff has with the guests and that the staff receives as a person. Luxury hotels in the Dominican Republic began to boom with the merge of boutique hotels in the country, which from the beginning provided a high-quality and personalized service, with the most exclusive products within the accommodation. Later, the large hotel chains began to implement luxury hotels within their all-inclusive, which is based on providing exclusivity and personalization at a level that encompasses more, and that can reach a greater number of tourists. This writing seeks to delve into those factors that stand out the most in luxury hotels and how they are a fundamental part of the economic growth of the Dominican Republic, taking into consideration how the growth of the Eastern region has been affected, with a focus on the Punta Cana and Cap Cana

markets, and those factors that will significantly influence the luxury hotel industry to continue to grow over the years.

KEYWORDS: hospitality, luxury, growth, economy, development, strategies, innovation, personalization, standards, quality, service, hospitality, projection.

ÍNDICE

1.1 INTRODUCCIÓN.....	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
FORMULACIÓN DE PREGUNTAS BASADAS EN EL PROBLEMA.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
2. MARCO TEÓRICO.....	14
2.1 TURISMO EN REPÚBLICA DOMINICANA EN LA ACTUALIDAD...14	
2.2 ESTADO DE LA ECONOMÍA EN LA ACTUALIDAD EN EL PAÍS...15	
2.3 EL TURISMO DE LUJO.....16	
2.4 HOTELERÍA DE LUJO EN REPÚBLICA DOMINICANA.....17	
2.5 CRECIMIENTO ECONÓMICO Y DESARROLLO DE LA HOTELERÍA DE LUJO EN LA ZONA ESTE DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.....18	
2.6 TURISMO DE LUJO EN LA ZONA ESTE DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.....19	
ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	21
3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROBLEMA.....	21
3.2 DATOS Y MUESTRA DE LOS DATOS.....	21
3.2.1 ENCUESTA.....	21
3.2.1.1 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	22

3.2.1.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTAS.....	22
3.2.2 ENTREVISTAS.....	33
3.2.2.1 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33
3.2.2.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTAS.....	34
RESULTADOS.....	31, 35
PROPUESTA.....	43
4.1 LA PERSONALIZACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS DE LUJO EN EL MERCADO PUNTA CANA / CAP CANA.....	43
4.2 EL FUTURO DE LA HOTELERÍA DE LUJO Y SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA ZONA ESTE DEL PAÍS.....	44
4.3 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO E INNOVACIÓN.....	45
4.4 PROYECCIÓN DE LA HOTELERÍA DE LUJO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA ZONA ESTE.....	46
CONCLUSIONES.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	51

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, me gustaría agradecerle a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la dedicación para llegar hasta aquí, porque me guió durante todo el proceso para poder cumplir con el objetivo de entregar un proyecto digno de una profesional.

A mis padres, por estar presentes en el largo trayecto de la realización de este proyecto, y porque en cada paso que daba, sentía cómo me apoyaban, me daban fuerza y me impulsaban a seguir adelante porque confiaron en mi potencial desde el día uno. Que fueron mis hombros cuando me sentía frustrada, y mi refugio donde encontré la calma y la seguridad que necesitaba para continuar.

A mi madrina Rosmery, porque aún a la distancia me mandaba mensajes de apoyo, expresándome siempre lo orgullosa que se sentía de mí y lo mucho que confiaba en mis conocimientos y habilidades para sobrellevar cualquier obstáculo que se me presentara en el camino para desarrollar el proyecto de grado.

A mi hermano y mis abuelas, gracias por preocuparse siempre por mi bienestar emocional en medio del desarrollo de mi proyecto, todos estos meses.

A mis amigos, por estar pendientes de mí y de cómo fluía el proyecto, mostrándome su apoyo siempre.

A todo el que formó parte del desarrollo del proyecto, tanto los entrevistados como los encuestados. Infinitas gracias por aportar directa o indirectamente al mismo.

A los docentes que depositaron su confianza en mí y siempre vieron más allá en mi desenvolvimiento a lo largo de la carrera, que aportaron a mi crecimiento personal y profesional y que hoy pueden decir que fueron parte de mi formación para convertirme en una licenciada excepcional.

Y, por último, me doy gracias a mí, por haber permanecido siempre con la frente en alto aun cuando se presentaban situaciones donde se hacía difícil ver una luz, porque confié en mi potencial y en lo mucho que lograré en el ámbito profesional con los conocimientos adquiridos, porque nunca perdí la Fe en que podía desempeñar un proyecto de grado digno de una profesional. Hoy me agradezco y me aplaudo de pie porque en este proyecto me veo reflejada a mí, y todo lo que he aprendido en estos años.

Le agradezco a todos y cada uno de los que, de una manera u otra, fueron parte de este proyecto junto conmigo,

Diana del Rosario

INTRODUCCIÓN

El turismo de lujo es pieza clave en el desarrollo del sector turismo hoy en día, siendo así la rama del mismo que ofrece el servicio más personalizado, con mayor variedad y diversidad en sus productos, y que se rige por el objetivo con sus huéspedes: venderles una experiencia completa.

Este tipo de turismo abarca todo aquello que le pase por la mente a los huéspedes cuando piensan en la personalización, y esto sucede porque la hotelería de lujo se ha encargado de elevar los estándares y las expectativas del consumidor al brindarle tantas opciones a un precio a pagar que vale la pena, y por el cual los mismos huéspedes saben que recibirán el trato más digno y se hospedarán en hoteles de primera categoría. Si bien muchas veces el turismo de lujo no siempre representa la mejor hospitalidad, lo que realmente hace que un hotel sea de lujo es que todos sus componentes vayan de la mano, comenzando por la hospitalidad y el buen servicio al cliente que se les brinda, y siguiendo con los productos que ofrece, los cuales deben estar a la altura de la exclusividad y personalización que promete el alojamiento.

En la República Dominicana el turismo de lujo tiene un auge en la zona Este que la ha convertido en la zona con mayor desarrollo en este tipo de turismo, llamando la atención de un mercado internacional que busca todas estas comodidades en el Caribe, lo cual nos posiciona en la mente del consumidor como un destino que posee hoteles todo incluido, hoteles de ciudad, hoteles boutique, y los hoteles de lujo.

El continuo desarrollo de la hotelería de lujo ha ocasionado que una mayor cantidad de inversionistas y ejecutivos de cadenas hoteleras a nivel internacional, confíen en el potencial que tiene la zona Este para este tipo de turismo, logrando así que el mismo siga en auge en los próximos años.

A continuación, en este proyecto final de grado, se expondrán todos aquellos factores que han influido en el desarrollo del turismo de lujo en la República Dominicana, en cómo el turismo ha sido fundamental para el crecimiento económico del país, de manera que un porcentaje considerable de nuestro PIB depende del mismo, y además se encontrarán propuestas de estrategias a implementar para poder continuar con el óptimo desarrollo de la hotelería de lujo en la zona Este, la cual servirá de guía para que la hotelería de lujo abarque todo el país en el futuro.

Dejándolos con una frase de la distinguida María Cruz Cádiz, directora técnica del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE): *La calidad no es un lujo y no tiene por qué estar necesariamente vinculada al precio, sino a las expectativas de servicio que tiene el cliente cuando pide un servicio turístico.*

ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA HOTELERÍA DE LUJO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, CON ENFOQUE EN EL MERCADO PUNTA CANA / CAP CANA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Si bien se ha visto que el turismo de lujo ha ayudado al crecimiento económico de manera gradual gracias al apoyo del público internacional, el público local no favorece a este crecimiento debido a la poca accesibilidad ante este tipo de turismo. De manera concreta, una gran parte del turismo local en la República Dominicana no tiene ese fácil acceso al turismo de lujo debido a los bajos ingresos de los mismos. En este caso, se busca poder encontrar el balance entre el público nacional e internacional que favorezcan al sector económico del turismo de lujo de la región Este.

FORMULACIÓN DE PREGUNTAS BASADAS EN EL PROBLEMA

- ¿Cuáles factores influyen en el crecimiento económico de la hotelería en la región Este?
- ¿Qué impacto ha tenido la hotelería de lujo en la región Este del país en los últimos dos años?
- Comparación de la hotelería de lujo antes y después de la pandemia.
- ¿Cómo han innovado los complejos hoteleros de lujo después de la pandemia para mantenerse en el mercado en la región Este del país?

- ¿Cómo se capacitó al personal de los hoteles de lujo de la región Este para brindar un servicio óptimo y hospitalario?

OBJETIVO GENERAL

El objetivo de este proyecto de grado es poder visualizar el impacto de la hotelería de lujo en el crecimiento económico de la República Dominicana, enfocándose en el mercado de la región Este que abarca Punta Cana / Cap Cana. Esto ya que se ha podido presenciar el impacto positivo que ha dejado el desarrollo del turismo en el reconocimiento del país a nivel internacional, por la calidad de los productos y servicios turísticos que se ofrecen. Y partiendo de lo anteriormente mencionado, lograr esclarecer cómo el turismo de lujo que se desarrolla en la región Este ha sido parte fundamental de ese desarrollo que presenta la región, con su servicio personalizado y de alta calidad, y sus productos exclusivos e innovadores.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Puntualizar el impacto que tiene la hotelería de lujo en el desarrollo de la economía dominicana.
- Exponer datos que abunden sobre la importancia del óptimo desarrollo de la hotelería de lujo en la región Este para potencializar el crecimiento en la economía de la zona.
- Reconocer los puntos clave en el crecimiento económico del mercado Punta Cana / Cap Cana.
- Analizar la diversificación en la propuesta turística de la zona y visualizar los puntos de mejora de la misma.

- Realizar el análisis de factores de desarrollo de la zona y aquellos que pueden llegar a afectar dicho desarrollo con el pasar de los años.
- Proponer estrategias de innovación y desarrollo para el continuo crecimiento de la hotelería de lujo en la zona Este, partiendo de los datos recolectados y como conclusión de la investigación realizada.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 TURISMO EN REPÚBLICA DOMINICANA EN LA ACTUALIDAD

Según datos proporcionados por Hosteltur (2021), la República Dominicana recibió casi un total de 265,000 visitantes extranjeros y llegó a 520,000 en el primer trimestre del año en curso. La llegada de los 263,857 visitantes extranjeros en marzo representa un aumento del 56% con respecto a las llegadas registradas en febrero del 2021, y de +3,4% sobre las de marzo de 2020, según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo (MITUR).

Más de 70% de estas llegadas se les atribuyen a turistas que poseen pasaporte estadounidense, y un total del 40% de estos ingresaron al país a través del aeropuerto de Punta Cana.

Entre los turistas cuya entrada al país predominó en marzo del 2021, se encuentran aquellos con edades entre los 21 y 49 años, y se registra un mayor número de mujeres que hombres entre este público, siendo la media en la estadía de estos turistas de siete noches en los alojamientos del país.

Desde abril de este año se estimó que las visitas internacionales al país se encuentren entre los 2,4 y 3,4 millones de turistas a lo largo del año en curso, lo que daría como resultado una recuperación de más de la mitad de los turistas que ingresaron al país en el 2019. El Banco Central, por su parte, informó a principios del 2021 que la llegada de los turistas extranjeros al país se contrajo un 73,3% en los dos primeros meses del 2021 tomando como referencia el

mismo período de 2020, luego de que el sector presentara una ligera recuperación en el segundo semestre el año anterior.

2.2 ESTADO DE LA ECONOMÍA EN LA ACTUALIDAD EN EL PAÍS

La pandemia del COVID-19 hizo que la República Dominicana cayera en su primera recesión en casi 17 años. Para el cuatrimestre septiembre-diciembre 2020, se habían perdido unos 191,273 puestos laborales desde marzo (inicio de pandemia), teniendo repercusiones muy negativas en los hogares pobres, las mujeres y los trabajadores informales, acorde a los datos proporcionados por el Banco Mundial (2021).

Si bien se presentó un crecimiento en el gasto social para poder mitigar el impacto que tuvo y sigue presentando la pandemia, se estima que la pobreza creció alrededor de 2,4 puntos porcentuales hasta llegar a un 23,4 por ciento en el 2020, que vendría representando más de un cuarto de millón de personas que ha caído en la pobreza, una cifra que alcanza los 270,000.

Luego de esto, el sector informal se recuperó de una manera más significativa que el empleo formal y representó un 51.3 por ciento del empleo total en el último cuatrimestre del 2020 en comparación con el 48,4 por ciento del año anterior. Aquellas reformas estructurales que se han implementado para la formalización incluyen crear un balance competitivo para los nuevos operadores, las pequeñas empresas y los proveedores locales, así como poder actualizar la normativa empresarial actual. A medida que la pandemia va cediendo en el país, sería de suma importancia la inversión en el capital humano para el crecimiento de manera continua y óptimo desarrollo del país.

2.3 EL TURISMO DE LUJO

Luego de abundar en conceptos proporcionados por Ostelea (2021), podemos decir que el turismo de lujo es aquel que implica costos elevados dándole al turista a cambio el máximo nivel de comodidad, servicios de primera y alojamientos exclusivos.

Podemos destacar que el turismo de lujo se caracteriza por un servicio óptimo, de calidad, que resalta y que apuesta a la personalización de los productos y servicios que ofrece el alojamiento, la innovación en todas las áreas de los mismos y en su oferta hacia los huéspedes, y el trato que tiene el personal con los huéspedes y que recibe el personal en sí como persona.

El turismo de lujo representa una gran parte de lo que son las vacaciones en estos últimos años, ya que conforme las necesidades de las personas van cambiando, las mismas se vuelven más exigentes y buscan otro nivel de hospitalidad, y de todos aquellos factores que engloba el turismo de lujo.

En este tipo de turismo aparte destaca la gran variedad de productos que se pueden encontrar dentro del alojamiento hotelero, la implementación de nuevas estrategias de fidelización de clientes (como membresías elite con grandes beneficios), y concentrarse en lo que busca su público objetivo: lo mejor de lo mejor.

2.4 HOTELERÍA DE LUJO EN REPÚBLICA DOMINICANA

La hotelería de lujo en la República Dominicana comenzó a tener su auge con el surgimiento de los hoteles boutique en el país, los cuales desde el principio brindaban un servicio personalizado y de alta calidad, con los más exclusivos productos dentro del alojamiento. Luego, las grandes cadenas hoteleras comenzaron a implementar dentro de su todo incluido la hotelería de lujo, la cual se basa en brindar exclusividad y personalización a un nivel que abarca más, y que puede alcanzar una mayor cantidad de turistas.

Es por eso que muchas cadenas incluso han implementado segmentos aparte de lujo para este tipo de mercado en específico, no perdido su esencia de todo incluido vacacional para toda la familia, sino que, brindando también la opción de irse por el lujo, la personalización y la tranquilidad que ofrece este tipo de turismo.

En el país, actualmente existe una gran cantidad de hoteles de lujo que representan todo lo que abarca este concepto y van más allá de las expectativas de los turistas, y entre estos hoteles se encuentran: Live Aqua Beach Resort Punta Cana, Secrets Cap Cana Resort & Spa y el TRS Turquesa Hotel, que se caracterizan por brindar servicios de lujo y atención personalizada, además de una gran variedad en los productos que ofrecen que representan un balance entre calidad / cantidad.

2.5 CRECIMIENTO ECONÓMICO Y DESARROLLO DE LA HOTELERÍA DE LUJO EN LA ZONA ESTE DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

Ahora partimos del informe redactado por Tourinews (2019), donde nos recalcan que nuestro país ha logrado convertirse en uno de los destinos del Caribe referentes para el turismo de lujo, y esto se le atribuye en gran parte a la amplia oferta de resorts cinco estrellas que posee República Dominicana, los campos de golf de diseño, los restaurantes de alta cocina, los hoteles boutique selectos y hasta los centros comerciales en los cuales se encuentran tiendas de reconocidos diseñadores, y conforme a todos estos datos podemos ir visualizando cómo el turismo de lujo va yendo en crecimiento con el pasar de los años. Todo esto aporta al hecho de que el país, y principalmente los ejes turísticos del mismo poseen una amplia gama de productos y servicios de lujo.

Como aseguró Karyna Font-Bernard, directora de la Oficina de Promoción Turística de la República Dominicana en España y Portugal: *“Desde hace algunos años el sector del lujo ha venido ganando fuerza como uno de los segmentos dinamizadores de la actividad turística en el país, apoyado en unas instalaciones de primera categoría y una propuesta experiencial que prima la autenticidad, la singularidad y la exclusividad”*.

El sector de lujo dentro del turismo del país ha demostrado, incluso a nivel internacional, el gran potencial que posee y cómo aprovecha los recursos que ofrecen los distintos destinos turísticos para potencializar a los mismos y a las diferentes cadenas hoteleras que lo conforman.

Por otro lado, también la Asociación Nacional de Hoteles y restaurantes (conocida también por sus siglas ASONAHORES) estimó que el turismo de lujo puede llegar a generar hasta 195,27 mil millones de dólares en el año en curso (2021). El auge de este segmento del sector turístico, que posee un gran efecto multiplicador en la economía local, llama la atención de diferentes inversores, tanto locales como extranjeros, y a los operadores que se especializan en un servicio Premium o Ejecutivo.

2.6 TURISMO DE LUJO EN LA ZONA ESTE DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

En el año 2016, conforme datos proporcionados por El Dinero (2018), la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES) y la escuela de negocios Barna lanzaron un estudio que indica todos los beneficios que trae el turismo de lujo para la competitividad de las cadenas hoteleras, la Estrategia Nacional de Desarrollo y el posicionamiento de la marca país, lo cual hace que este tipo de turismo sea una oportunidad de convertir un destino en un producto exclusivo dentro de la esencia de que posee todo aquello que un turista necesita para vacacionar.

Siguiendo con los datos de dicho informe, el turismo de lujo fue valorado en el 2014 en USD\$148.62 billones y se prevé que para finales del año en curso (2021) esta cifra llegue a los USD\$195.27 billones, llegando así a crecer a una tasa de 4% desde el 2015 a nivel global.

Teniendo en cuenta los datos anteriormente mencionados, y el hecho de que las grandes cadenas hoteleras están apostando al turismo de lujo en la zona Este del país, podemos

confirmar que la evolución de la hotelería de lujo, ya sea por nuevas cadenas que tienen este enfoque en específico o porque cadenas hoteleras crearon un segmento de hoteles de lujo, ha creado la necesidad en las personas de inclinarse hacia este tipo de vacaciones: con la personalización, innovación y hospitalidad óptimos que promueven el desarrollo del sector.

En la zona Este del país, enfocándonos en el mercado Punta Cana / Cap Cana, se puede visualizar la manera en la que han podido desarrollar la hotelería y convertirse en el sector de la República Dominicana con mayor presencia a nivel internacional cuando a hotelería de lujo en el país se refiere, y esto debido a las grandes inversiones que han hecho estas grandes cadenas que operan también en diferentes destinos turísticos en el extranjero, para poder potencializar este tipo de turismo en una región que tiene todos los recursos para desarrollarlo.

ANÁLISIS DE LOS DATOS

3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

Al realizar el análisis de los datos obtenidos a través del trabajo de campo previamente hecho, se observa que el problema existente radica en que muchos de los encuestados consideran que la hotelería de lujo es más un producto que un servicio, que radica sobre todo en el modernismo y la sofisticación, y en segundo plano, que va de la mano con el servicio y la personalización. Esto demuestra que el concepto de turismo de lujo se debe desglosar de manera más amplia para el mejor conocimiento del público objetivo, ya que, si bien es cierto que en parte radica sobre la sofisticación y lo elegante, pero su característica más relevante es el hecho de que sea de calidad y personalizado.

3.2 DATOS Y MUESTRA DE LOS DATOS

3.2.1 ENCUESTA

INTRODUCCIÓN

El estudio realizado busca obtener información sobre aquellos ciudadanos que se encuentran dentro del segmento de mercado establecido sobre el consumo que tienen los mismos respecto al desarrollo de la hotelería de lujo en el país, con enfoque en la zona Este, más específicamente el mercado de Punta Cana / Cap Cana.

¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDA LA ENCUESTA?

La encuesta está dirigida a personas entre los 18 y 65 años que consumen o han consumido el servicio de un hotel de lujo en la zona Este del país. Público que busca la personalización en los servicios, la variedad sin perder la calidad, el confort y las atenciones de primera y que busca despejarse del día a día hospedándose en alojamientos cinco estrellas, optando por un tipo de turismo que brinda más tranquilidad y comodidad, antes que optar por cualquier otro tipo de turismo que no abarque alguno de los factores anteriores. La encuesta se realizó para obtener resultados de un total de entre 110 y 115 personas para poder realizar el análisis de la muestra.

3.2.1.1 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El instrumento utilizado para la primera recolección de datos ha sido la realización de una encuesta al público objetivo, contando con un total de 13 preguntas y una sección para comentarios adicionales. Esta encuesta fue realizada de manera virtual, siendo compartida con los usuarios para que los mismos tuvieran acceso a la misma y pudieran completarla de manera más factible y dinámica, tomando en cuenta el hecho de realizar preguntas puntuales y de fácil entendimiento de los usuarios.

3.2.1.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTAS

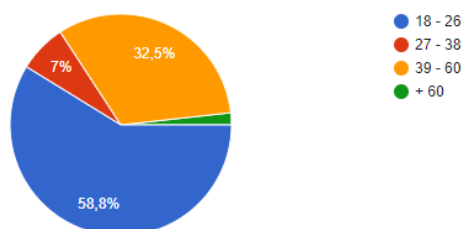
1. Edad:
2. Sexo:
3. Estado civil:
4. Es usted:

5. ¿Sabe usted lo que es el turismo de lujo?
6. ¿Puede usted nombrar un hotel de lujo que conozca en el país? De ser así, méncionelo debajo.
7. ¿Alguna vez se ha alojado en un hotel de lujo en el país?
8. De su respuesta ser sí, ¿cómo calificaría el servicio brindado en el hotel de lujo?
9. ¿Qué considera usted que califica a un hotel como uno de lujo? Seleccione todas las que apliquen.
10. ¿Considera usted que el desarrollo de la hotelería de lujo contribuye al crecimiento del país?
11. ¿Qué zona del país considera usted que abarca más este tipo de turismo?
12. ¿Cree que la economía del país se ve impactada de manera positiva gracias al desarrollo del turismo en la Zona Este?
13. ¿Cómo visualiza el futuro de la hotelería de lujo en el país?
14. Comentarios adicionales:

RESULTADOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

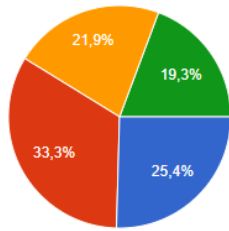
Edad

114 respuestas



Es usted

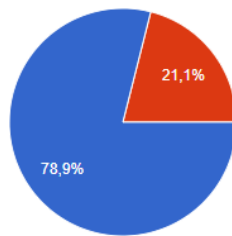
114 respuestas



- Estudiante
- Empleado
- Estudiante y empleado
- Trabajador independiente

¿Sabe usted lo que es el turismo de lujo?

114 respuestas



- Sí
- No

¿Puede usted nombrar un hotel de lujo que conozca en el país? De ser así, méncionelo debajo.

91 respuestas

Hard rock
JW Marriott
Marriot
Hyatt Zilara
Hyatt Zilara Cap Cana
Hard rock
Riu
Hayatt Ziva Cap Cana
Hotel Catalonia

¿Puede usted nombrar un hotel de lujo que conozca en el país? De ser así, méncionelo debajo.

91 respuestas

Bavaro Palace Deluxe
Hard Rock punta cana
Eden roc cap cana
Paladium
No
Hotel Hyatt
Renaissance SD Jaragua, Billini, El Embajador, Hard Rock Punta Cana, Barceló
hyatt zilara
Riu Bambú

¿Puede usted nombrar un hotel de lujo que conozca en el país? De ser así, méncionelo debajo.

91 respuestas

Hardrock
Hotel Hard Rock
Nickelodeon Hotels & Resorts Punta Cana
Barcelo Bávaro Palace
Hilton
Hotel Intercontinental
Hard Rock hotel
Gran Jimenoa
Hard rock Hotek & Casino

¿Puede usted nombrar un hotel de lujo que conozca en el país? De ser así, méncionelo debajo.

91 respuestas

Lopesan
Hyatt , Eden roc at Cap Cana y El Sanctuary
Hyatt Ziva Cap Cana
Jaragua
Dreams La Romana
Hyatt Ziva Cap Cana
Casa Blanca-hotel Boutique, playa dorada Pto. Pta.
iberoatar
Tortuga Bay, Puntacana

¿Puede usted nombrar un hotel de lujo que conozca en el país? De ser así, méncionelo debajo.

91 respuestas

Flamenco
Hyatt Ziva
Ocean el Faro
Muchos
Paradisus Punta Cana
Casa de campo
Ibero star bávaro
Hotel boutique Casa Colonial
InterContinental Santo Domingo

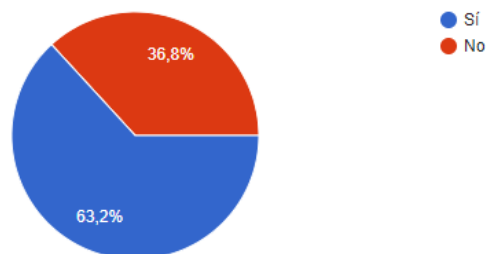
¿Puede usted nombrar un hotel de lujo que conozca en el país? De ser así, méncionelo debajo.

91 respuestas

Hard Rock Punta Cana
Secrets, Hyatt Ziva/Zilara y Sanctuary en Cap Cana. Casa de Campo en La Romana. JW Marriott en el Distrito Nacional
Hotel intercontinental
Costa azul
Grand Palladium
Dreams
Circle by Meliá
Ziva Cap Cana
Total ton Chuc Punta Cana

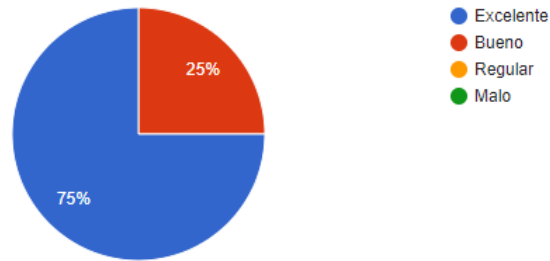
¿Alguna vez se ha alojado en un hotel de lujo en el país?

114 respuestas



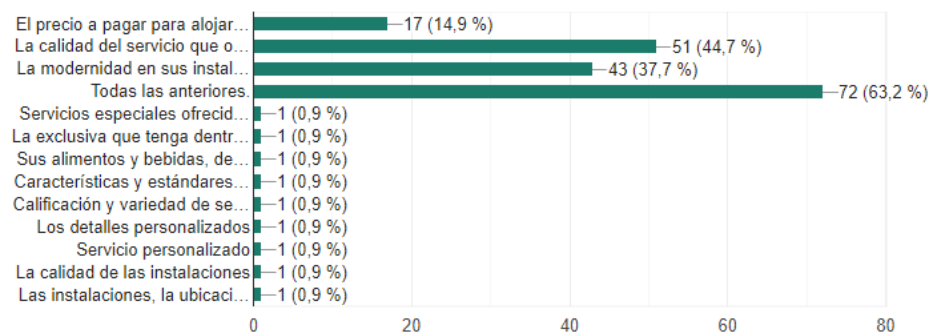
De su respuesta ser sí, ¿Cómo calificaría el servicio brindado?

72 respuestas



¿Qué considera usted que califica a un hotel como uno de lujo? Seleccione todas las que apliquen.

114 respuestas



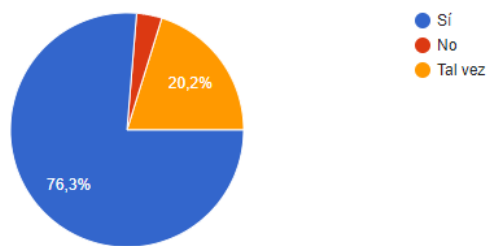
Respuestas en orden de aparición en el gráfico:

- El precio a pagar para alojarse en el mismo.
- La calidad en el servicio que ofrece.
- La modernidad en sus instalaciones.
- Todas las anteriores.
- Servicios especiales ofrecidos y trato.
- La exclusiva que tenga dentro de los servicios.
- Sus alimentos y bebidas, decoración.
- Características y estándares Premium.
- Calificación y variedad de servicios ofrecidos.

- Los detalles personalizados.
- Servicio personalizado.
- La calidad de las instalaciones.
- Las instalaciones, la ubicación, la exclusividad.

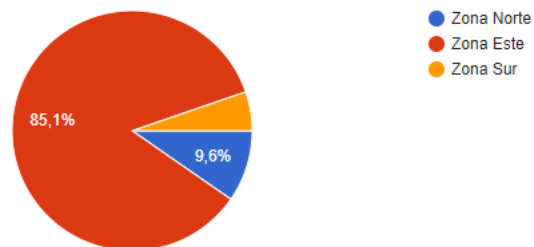
¿Considera usted que el desarrollo de la hotelería de lujo contribuye al crecimiento del país?

114 respuestas



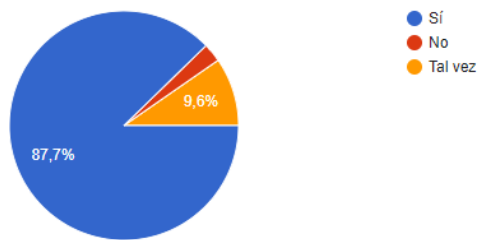
¿Qué zona del país considera usted que abarca más este tipo de turismo?

114 respuestas



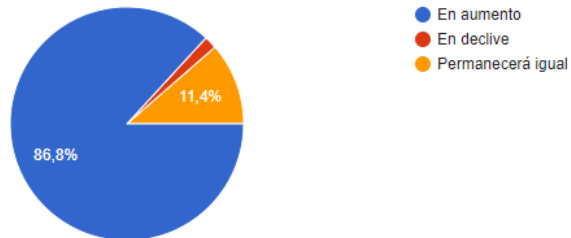
¿Considera que la economía del país se ve impactada de manera positiva gracias al desarrollo del turismo en la Zona Este?

114 respuestas



¿Cómo visualiza el futuro de la hotelería de lujo en el país?

114 respuestas



Comentarios adicionales:

18 respuestas

La hotelería de lujo es un sector que está bien desarrollado, pero su mejora todavía puede ocurrir en el futuro

se centran en las mismas tradiciones/comercio por eso digo que permanecerá igual

No hay

El turismo tiene una participación importante en la economía del país

Un país no puede simplemente depender de el turismo, se ha visto en los estudios que el turismo no es una necesidad básica para el ser humano, lo cual también es bien sabido que con la Situación mundial de salud que se vive hoy en día el turismo es muy volátil. Por lo tanto un sistema económico productivo de un país no debe ser su base fundamental el turismo.

Pienso que hay muchos puntos que arreglar todavía en el país para que la zona esté siga creciendo, como la modernización completa del país en cuanto a las nuevas tendencias, un ejemplo puede ser el problema que tienen los turistas para pedir un uber desde su hotel porque el sistema arcaico de taxistas controla la zona.

Comentarios adicionales:

18 respuestas

Se debe de educar al pueblo para que entiendan que del Turismo podemos vivir mucho mejor como país

Todas sus pregunta fueron excelente, y que siga el turismo en aumento.

Desarrollo turístico va en aumento

El Turismo es el futuro de la economía Dominicana.

Las condiciones naturales y socio políticas de nuestro país favorecen el desarrollo del turismo de lujo y atraen visitantes de todas partes del mundo.

Ahora es que esta comenzando. Se desarrollará mucho

Es necesario capacitar continuamente al personal laborando en los hoteles de lujo en RD debido a que el servicio hace la diferenciación en el producto y existen destinos cercanos que son competidores directos de RD.

Hay nuevos mercados a nivel mundial donde nuestro turismo de RD de lujo puede expandirse

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Al haber utilizado la encuesta como método de recopilación de datos para el proyecto de grado, con el propósito de visualizar más a profundidad el conocimiento que posee el público objetivo respecto a la hotelería de lujo y su impacto en el crecimiento económico de la zona Este, con enfoque en el mercado Punta Cana / Cap Cana, se obtuvieron los siguientes datos:

- 114 respuestas, encontrándose dentro del rango objetivo inicial que era de entre 110 a 115 personas.
- El rango de edad promedio es de entre 18 – 26 años de edad, representando el 58,8% de los encuestados, y como segunda mayoría está el rango de edad de entre 39 – 60 años de edad, representando un 32,5% de los encuestados.
- La mayoría de los encuestados son estudiantes y empleados, notándose así que el público objetivo aparte de encontrarse en el mundo laboral, aún sigue cursando sus estudios, viéndose representado en un 33,3% de los encuestados.
- Casi el 80% de los encuestados (específicamente el 78,9%) tiene conocimiento de lo que es el turismo de lujo, viéndose además reflejado en el hecho de que la gran mayoría de los encuestados (91 de 114) pudieron nombrar un hotel de lujo que conocen en el país.
- Se puede visualizar además que el 63,2% de los encuestados alguna vez se ha alojado en un hotel de lujo dentro del país y califican el servicio brindado dentro del alojamiento como Excelente o Bueno. En esta parte de la encuesta se observa que ninguno de los encuestados calificó el servicio como Regular o Malo.
- De las respuestas obtenidas respecto a las características que posee un hotel de lujo, se observa que los encuestados consideran que la personalización y la exclusividad dentro del alojamiento son los factores más importantes a la hora de designar un hotel como

de lujo, quedando también entre las respuestas de los encuestados la calidad y lo modernas que sean sus instalaciones.

- De los 114 encuestados, 87 (que representan un 76,3% de la muestra) consideran que el desarrollo de la hotelería de lujo sí contribuye al crecimiento del país.
- La zona que los encuestados consideran es aquella que desarrolla más el turismo de lujo en el país es la zona Este, teniendo la mayoría de votos (85,1% de los encuestados) a su favor.
- Respecto a la economía del país, el 87,7% de los encuestados (siendo un total de 100 entre los 114) consideran que efectivamente la economía del país se ve impactada de manera positiva gracias al desarrollo del turismo en la zona Este.
- El 86,8% de los encuestados considera que el futuro de la hotelería de lujo promete para el continuo desarrollo de la zona, ya que votaron por la opción de que la hotelería de lujo seguirá en aumento en los próximos años.
- Dentro de los comentarios adicionales que proporcionaron los encuestados, se visualiza el hecho de que consideran de suma importancia seguir trabajando en el desarrollo de la hotelería de lujo para poder atraer a un público élite a nivel internacional, yendo de la mano con el hecho de que se debe de tomar muy en cuenta la continua capacitación del personal hotelero ya que las necesidades de los huéspedes son cambiantes y el personal debe mostrarse altamente calificado para poder desempeñar su trabajo con la mayor calidad posible.

3.2.2 ENTREVISTAS

INTRODUCCIÓN

Como segundo método de recolección de datos, se tomó en cuenta la realización de entrevistas a ejecutivos hoteleros de la zona Este del país, específicamente del mercado objetivo, Punta Cana / Cap Cana. Con estas entrevistas se busca obtener respuestas de un punto de vista diferente y con más conocimiento y desenvolvimiento en el área, como son los ejecutivos hoteleros y gerentes de áreas administrativas de hoteles de lujo de la zona. De esta manera se logrará tener un punto de vista diferente desde dentro de las instalaciones de un hotel de lujo, para mostrar con mayor objetividad aquellas características que abarcan dichos hoteles y las estrategias y aportes de los ejecutivos en cuestión hacia el turismo de lujo en la zona Este.

¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDA LA ENTREVISTA?

Las entrevistas presentadas a continuación fueron realizadas a ejecutivos del sector hotelero y a gerentes de áreas administrativas de hoteles de lujo de la zona Este, los cuales tienen en común la búsqueda del óptimo desarrollo del sector hotelero de lujo dentro del mercado Punta Cana / Cap Cana.

3.2.2.1 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El segundo instrumento de recolección de datos ha sido una entrevista dirigida a ejecutivos del sector hotelero, la misma contando con un total de 10 preguntas puntuales para hacer de esta entrevista una objetiva. Se entrevistaron a un total de 3 ejecutivos hoteleros,

siendo una de estas entrevistas realizada de manera presencial y dos de manera virtual, donde los ejecutivos respondían a las preguntas a través de reuniones virtuales.

3.2.2.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTAS

1. ¿Qué impacto considera usted que ha tenido la hotelería de lujo en el desarrollo del sector turismo de la zona Este?
2. Respecto al crecimiento económico de la zona después de la reapertura del turismo en Julio del 2020, ¿cómo considera usted que la hotelería de lujo ha contribuido al mismo?
3. ¿Cómo se ha logrado potencializar la hotelería de lujo en la zona Este con el pasar de los años?
4. ¿Qué estrategias de recuperación implementó el (nombre del hotel) para poder mantenerse en el mercado luego de la reapertura del turismo?
5. ¿Qué ha implementado el (nombre del hotel) como valor agregado para ayudar a aumentar la ocupación del alojamiento?
6. Desde la apertura del (nombre del hotel), ¿cómo ha visto usted el desarrollo de las comunidades a su alrededor gracias a todos los empleos que ha generado el turismo en la zona?
7. ¿Qué desafíos ha enfrentado usted para lograr el óptimo desarrollo dentro del hotel?
8. ¿Qué proyección tiene usted para el continuo desarrollo de la hotelería de lujo en la zona?
9. ¿Qué tan importante cree usted que es la satisfacción del personal en el ambiente laboral para lograr un mejor desarrollo dentro del hotel?
10. ¿Cuál considera usted que ha sido el mayor obstáculo que ha enfrentado la hotelería de lujo en la zona Este?

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Luego de realizar la entrevista a los ejecutivos hoteleros seleccionados, podemos concluir de las mismas que después de la pandemia, todo cambia y los clientes buscan el lujo que de por sí ofrecían los hoteles cinco estrellas, pero también tienen un nuevo enfoque hacia nuevas necesidades que ahora consideran lujo, como por ejemplo el sitio de reservaciones y la llegada al hotel. Antes los clientes tenían mayor flexibilidad respecto al tiempo de espera para adquirir un producto de lujo, mientras que hoy en día esos mismos clientes prefieren pagar una cantidad un poco más elevada y reducir el tiempo de espera. Para el cliente de lujo, el tiempo es más valioso, y actualmente paga más de lo que solía pagar porque espera un servicio innovador, diferente y que supere sus expectativas. El principal impacto ha sido positivo en cuanto a la organización de los hoteles de lujo, logrando un crecimiento importante y también ayudando a la apertura de nuevos alojamientos de lujo tanto en la zona Este como en diferentes puntos del país.

Se han tenido que realizar inversiones importantes en el sector, que superan los 15 millones de dólares, además de acelerar proyectos que se encontraban en pausa por la pandemia, y esto porque se ha identificado que el público de los hoteles de lujo desea pagar por un servicio exclusivo, más personalizado y que vaya con la tendencia que ya de por sí estaba comenzando a tener auge debido a la alta demanda de turistas que buscaban adquirir estos servicios.

El cliente decide pagar más de lo que está acostumbrado, y esto sucede porque sabe que no está arriesgando su dinero, porque tiene conocimiento de que en la industria del turismo de lujo el trato, los productos y servicios que obtendrá son de primera categoría.

Luego de la reapertura del turismo, se debió hacer un análisis de cuáles hoteles de lujo iban a reabrir sus puertas desde el principio, tomando en consideración la reacción del público de los mismos y la proyección que se tenía en cuanto a la ocupación, además de tomar en consideración a los intermediarios, que serían parte fundamental para la reapertura de los hoteles (dígase las agencias de viajes, los sitios web, los metabuscadores), para saber cómo proceder. Los ejecutivos hoteleros de la zona pudieron percatarse de que aquellos hoteles con la tarifa más elevada y los servicios más personalizados, únicos y exclusivos eran los que más demanda tenían, y partiendo de esto iniciaron la reapertura de los hoteles.

Los ejecutivos se apoyaron del gobierno de la República Dominicana y de los empresarios privados para poder crear alianzas en las cuales todas las partes sabían que se verían beneficiadas, ya que la reapertura del turismo afectaría positivamente la recuperación de la economía del país luego de la recesión que trajo la pandemia del COVID-19.

Un factor que ayudó bastante a que los ejecutivos hoteleros de la zona pudieran tomar decisiones sobre cuáles hoteles abrir nuevamente, era en cómo el público internacional reaccionaba a la reapertura, la entrada de vuelos internacionales al país, qué tantas restricciones tenían los turistas para poder venir al país y alojarse en un hotel de lujo siguiendo en medio de una pandemia. Ese mercado internacional reaccionó de manera favorable y fue pieza clave en el desarrollo post pandemia de estos hoteles, porque a los ejecutivos hoteleros visualizar que tendrían un nivel de ocupación relativamente alto desde el principio, fueron realizando dicha reapertura de manera gradual.

Aparte de tomar en consideración el hecho de que los vuelos internacionales comenzaban a circular de manera gradual, tomaron en cuenta el factor de la seguridad y la higiene, dos de los más importantes después de haber pasado por una crisis sanitaria. La seguridad y la higiene jugaron un papel fundamental en generar la confianza necesaria en los huéspedes debido a que los mismos debían sentir que el alojamiento en el que se estaban hospedando velaba por su seguridad y lo seguiría haciendo durante toda su estadía. Por ejemplo, muchos de los hoteles de lujo de la zona Este les proporcionaban a sus huéspedes acceso a pruebas de Antígenos en caso de necesitarlas para tomar su vuelo de vuelta a los Estados Unidos, o en caso de que algún huésped obtuviera un resultado positivo a COVID-19, el hotel se encargaba de que dicho huésped pasara su cuarentena (14 días) hospedado en el hotel con los gastos cubiertos y servicio a la habitación.

Estos son tratos que influyen en lo que llamamos “valor agregado”, ya que si bien el hotel no tenía responsabilidad con el huésped de obligatoriamente brindarle estos servicios, el hotel se encargaba porque mostraba preocupación hacia sus huéspedes, le mostraba a los mismos la hospitalidad que debe caracterizar a un hotel de lujo, que los huéspedes se sintieran seguros de realizar una reservación en esos hoteles porque saben que aparte de darle un servicio ejemplar, van a preocuparse porque su estadía sea de primera categoría.

Los ejecutivos hoteleros también hacen énfasis en que para potencializar la hotelería de lujo en la zona Este del país, fueron realizando la apertura de diferentes hoteles de lujo casi de manera anual, lo cual iba aumentando el público que deseaba y terminaba adquiriendo el servicio y los productos de lujo, dígame que fueron visualizando poco a poco cómo iba reaccionando el público meta a los hoteles de lujo de la zona para saber cómo proceder después,

lo cual nos deja muy en claro que los ejecutivos hoteleros de la zona se enfocan bastante en satisfacer las necesidades de la demanda y superar sus expectativas, ya que saben que de esta manera también logran la fidelización de los huéspedes.

Una de las estrategias clave también es actuar de la mano con inversionistas que ayuden a la potencialización de las cadenas hoteleras presentes en el país, debido a que han logrado no solo crecer en el mercado del Caribe, sino también en el mercado de la hotelería de lujo a nivel mundial, logrando que el alcance, a largo plazo, vaya en aumento constante.

Partiendo ahora desde otro de los factores fundamentales para la recuperación del turismo de lujo de la zona, es el hecho de que los ejecutivos hoteleros de la zona consideran a sus colaboradores como su principal activo, el más importante ya que la satisfacción de los colaboradores luego se refleja en la satisfacción de los huéspedes. Tomando en cuenta que los colaboradores son la cara del hotel, cuando los mismos se muestran satisfechos dentro de su ambiente laboral, es lo mismo que les transmiten a los huéspedes desde su llegada hasta su salida del hotel. Por eso es de suma importancia, como bien dijeron los entrevistados, buscar la satisfacción de los colaboradores, y esto es algo que se logra ayudándolos a crecer tanto de manera personal como profesional, debido a que es responsabilidad de los ejecutivos hoteleros velar porque su personal se encuentre en buen estado emocional y que se encuentre a gusto en el ámbito laboral.

Los entrevistados resaltaron el hecho de que a los colaboradores se les brinda capacitación continua, y desde que impactó la pandemia del COVID-19 en el país, se comenzaron a dar capacitaciones de manera virtual, sin dejar de tener contacto con los

colaboradores, aparte de preocuparse todo ese tiempo de confinamiento por la salud emocional y física de los mismos. Aparte, los ejecutivos hoteleros velan porque todo lo que gire en torno a los colaboradores esté en óptimo estado, ya sea su espacio de trabajo, el transporte mediante el cual llegan al hotel de manera diaria, que su dieta no se vea afectada por el hecho de que trabajan todo el día, sino que se tome en cuenta la buena alimentación de los mismo. Estas acciones son muy tomadas en consideración por los colaboradores y al lograr que los mismos sientan que su ambiente laboral los ayuda a crecer, van a ayudar a la empresa a crecer también, porque el desarrollo de la misma es un trabajo en equipo.

Luego de abarcar en la importancia de la satisfacción del personal en el crecimiento y desarrollo de un hotel de lujo, se destacó el hecho de que desde un principio fue de suma importancia involucrar a la comunidad en el proceso de creación e implementación de los hoteles, ya que las comunidades que se encontraban en los alrededores se sentían amenazadas por la llegada de las grandes cadenas hoteleras, y consideraban que las mismas podían afectar de manera negativa los negocios de las personas de la zona. Para lograr que la comunidad entendiera que la implementación de dichos hoteles no iba a afectar a sus comercios, los ejecutivos hoteleros les brindaron capacitación en cursos técnicos a las personas de la comunidad, aparte de que luego de dichas capacitaciones les brindaban empleo para poder tener otra fuente de ingresos y sustentar a sus familias.

Esto muestra cómo los ejecutivos hoteleros de la zona se preocupan por el desarrollo y bienestar de las comunidades que se encuentran en los alrededores de los hoteles, ya que pueden visualizar que el crecimiento en conjunto de la zona, contribuye de gran manera al crecimiento económico del país, porque:

1. Se están creando nuevos hoteles de lujo para satisfacer la alta demanda de la zona.
2. La hotelería de lujo es considerada como una gran fuente de empleo para todas aquellas personas que residan en las comunidades de la zona.
3. Brindan la capacitación necesaria para que los ciudadanos que habitan en esas comunidades puedan tener mayores oportunidades en el mercado laboral.
4. Contribuye al reconocimiento del país a nivel internacional por el servicio de primera categoría y los productos innovadores y exclusivos que se ofrecen.
5. Trabajan en conjunto con el Ministerio de Turismo para lograr el desarrollo colectivo.

Al tener en claro que el personal y la comunidad conforman la mayor parte de la importancia en el desarrollo de un alojamiento de lujo, los ejecutivos hoteleros consideran que uno de los obstáculos más grandes que ha enfrentado la hotelería de lujo en la zona Este es el hecho de ir perdiendo a sus colaboradores, por ejemplo, cuando un hotel abre sus puertas y tiene ofertas en cuanto a salario más llamativas, entonces los colaboradores consideran la idea de irse para ese hotel, y los colaboradores son considerados como el activo más valioso de la compañía, entonces al ir perdiendo colaboradores por cualquier razón que se presente, el hotel sabe que está perdiendo a sus activos más valiosos y pieza clave en la estabilidad del hotel. Es por esta razón que los ejecutivos se centran en siempre escuchar a sus colaboradores y estar al margen de sus necesidades y de la satisfacción de los mismos, para que el ambiente laboral prometa tanto que se les haga difícil trasladarse hacia un hotel de la competencia, porque sienten comodidad y seguridad donde se encuentran.

Otro obstáculo que perciben actualmente los ejecutivos de la zona son las guerras internas en la competitividad turística que generan una mala imagen del país en el ámbito de la

seguridad turísticas, ya que se generan noticias que se multiplican en las redes sociales y va destruyendo un destino, el cual va a tener que hacer un esfuerzo doble para poder recuperarse de cualquier noticia que haya generado desconfianza hacia el consumidor, el cual siente desconfianza e inseguridad, ya que los destinos son muy vulnerables frente a situaciones como estas y se ven increíblemente afectados cuando suceden las mismas, viéndose esto reflejado en la baja en la ocupación de un alojamiento y en la disminución de reservaciones a futuro, aparte de que se generan cancelaciones al instante y se le hace más complicado al hotel el poder lograr una recuperación donde vaya evolucionando de manera constante.

Para finalizar, la proyección que perciben los ejecutivos hoteleros es aumentar en más de 1,500 habitaciones en los próximos tres años, ya que han visto que el producto de lujo en el Este de la República Dominicana es un área de oportunidad y los inversionistas así lo perciben también, y han podido demostrar que en cada crisis van generando estrategias para innovar y salir con más y mejores propuestas para los consumidores, lo cual genera entusiasmo entre los ejecutivos de la zona y los inversionistas que se encuentran detrás de cada proyecto hotelero, ya que pueden ver el potencial que tiene el turismo de lujo en esa zona en específico.

Esto le ha permitido a los ejecutivos tener una ventaja competitiva por sobre la competencia en otras regiones del país e incluso hoteles de la zona que no sean de lujo, y con esa ventaja competitiva, los hoteles de lujo de la zona van a obtener un mayor alcance a nivel nacional e internacional, generando siempre nuevas propuestas que capten la atención del consumidor y hagan que los mismos consuman este tipo de turismo de manera más frecuente, lo cual conlleva también a la fidelización de los mismos, aunque no sea directamente con el hotel, pero sí con la cadena hotelera. Por ende, se percibe que la hotelería de lujo y el auge de

la misma vienen con una fuerza mayor para los próximos años, ya que gracias a que las necesidades de los consumidores ahora son más, los hoteles de lujo se encargan de satisfacer esas necesidades y les brindan también el valor agregado en la oferta, por lo que vemos que el dinamismo que posee la hotelería de lujo hará que esta se encuentre siempre presente en la mente de los consumidores.

PROPUESTA

4.1 LA PERSONALIZACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS DE LUJO EN EL MERCADO PUNTA CANA / CAP CANA

Si bien es notable el hecho de que los alojamientos de lujo en la zona este implementan de manera óptima la personalización de sus productos y servicios, debemos destacar cuáles son aquellos servicios que más se centran en la personalización a los huéspedes. Entre los mismos se encuentran:

- La digitalización de los procesos de check-in, adquisición de las toallas y cambio de las mismas, servicio a la habitación automatizado por igual y reservas para los diferentes restaurantes del hotel de manera digital. Esto agiliza todos los procesos anteriormente mencionados y reduce el tiempo de respuesta hacia los huéspedes, haciendo que la experiencia sea más satisfactoria.
- Mayor variedad en el área de buffet, adaptándose a las diferentes dietas de los huéspedes (veganismo, keto, entre otras), lo cual hace que los huéspedes sientan que sus necesidades son tomadas en consideración durante su estadía en el hotel.
- Llamar a los huéspedes por su nombre, lo que promueve un ambiente más grato y de mayor comodidad para los huéspedes, donde los mismos se sienten más acogidos durante su estadía en el alojamiento.
- Variedad en los productos a ofrecer (variedad en las habitaciones, las actividades dentro del hotel, y demás), que le da al huésped más diversidad de elección para que los mismos no sientan que las opciones son limitadas.

4.2 EL FUTURO DE LA HOTELERÍA DE LUJO Y SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA ZONA ESTE DEL PAÍS

Tomando en cuenta datos estadísticos de entes gubernamentales, las cuales reflejan el impacto y crecimiento de la hotelería de lujo en la República Dominicana, podemos decir que el futuro de la hotelería de lujo en la zona Este, principalmente en los mercados de Punta Cana / Cap Cana logrará presentar el aumento y auge que busca obtener en el público internacional que visita el país.

Abarcando en el hecho de que grandes cadenas hoteleras están apostando a la apertura de hoteles de lujo en la zona Este, nos indica el potencial que tiene la zona para el óptimo desarrollo de esta rama del turismo, debido también a cómo los inversionistas logran visualizar el futuro de la misma al momento de decidir traer al país hoteles de lujo de cadenas hoteleras tanto europeas como estadounidenses, lo cual ayuda a abarcar el público objetivo de las ya existentes en el país.

La hotelería de lujo ha mostrado ser de gran impacto para la República Dominicana como destino turístico, aparte de ser un país donde el desarrollo del turismo es parte fundamental del reconocimiento y avance del país en todos sus aspectos, por lo que se debe de tomar en consideración el hecho de que esta rama del turismo logrará impactar el sector de manera exponencial, aparte de colaborar de manera directa con las comunidades de sus alrededores para que el desarrollo y crecimiento no solo se vea reflejado en los alojamientos, sino que se vea compuesto por cada persona que tenga contacto con el sector de la hotelería de lujo y la población que rodea el destino turístico.

Cabe destacar que si bien la hotelería de lujo promete ser pieza clave del crecimiento económico del país, hay puntos de mejora a evaluar para poder desarrollar el sector de manera innovadora y mantenerse al margen de las tendencias y sobre todo las necesidades de los clientes, ya sea que estos muestren fidelidad hacia los alojamientos o sean clientes potenciales.

4.3 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO E INNOVACIÓN

Al haber abarcado en todos los puntos que engloba la hotelería de lujo en el país y su impacto en el mismo, concluyendo de datos estadísticos mostrados por el Banco Central de la República Dominicana, podemos definir las siguientes estrategias para el crecimiento e innovación de la industria de la hotelería de lujo, que también van enlazadas con el crecimiento económico de la zona Este:

- Implementación de alianzas entre hoteles de lujo de la zona para lograr el óptimo desarrollo del destino en conjunto, ya que de esta manera se crea una armonía en el destino respecto a cómo se ve desarrollado el mismo, ya sea de manera económica como en la accesibilidad y la oferta que posee.
- Promoción de la hotelería de lujo a nivel internacional, con campañas que promocionen a las cadenas hoteleras de la zona de manera directa y potencialicen la llegada de una mayor cantidad de turistas internacionales a las mismas.
- Utilizar la tecnología como valor agregado, debido a que nos encontramos en tiempos donde la digitalización de los procesos dentro de un alojamiento es fundamental para agilizar dichos procesos, aparte de que le brinda sofisticación y modernización al alojamiento y hace que el trabajo de sus colaboradores pueda simplificarse.
- Implementación del “turismo de experiencias”, donde el enfoque va dirigido hacia la experiencia que tienen los huéspedes del hotel y, por ende, buscan que esta sea diferente

cada vez que el usuario decida visitar el alojamiento. Esto conlleva un estudio profundo de mercado, el cual deberá realizarse con mayor frecuencia para tomar en consideración las necesidades cambiantes de los huéspedes y todos aquellos factores que van surgiendo y que se pueden utilizar a favor para ofrecer una mejor experiencia con cada visita.

4.4 PROYECCIÓN DE LA HOTELERÍA DE LUJO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA ZONA ESTE

Partiendo de datos estadísticos recopilados del Banco Central de la República Dominicana, podemos llegar a la siguiente conclusión respecto al desarrollo en los próximos años de la hotelería de lujo en la zona Este y su impacto en el crecimiento económico de la zona.

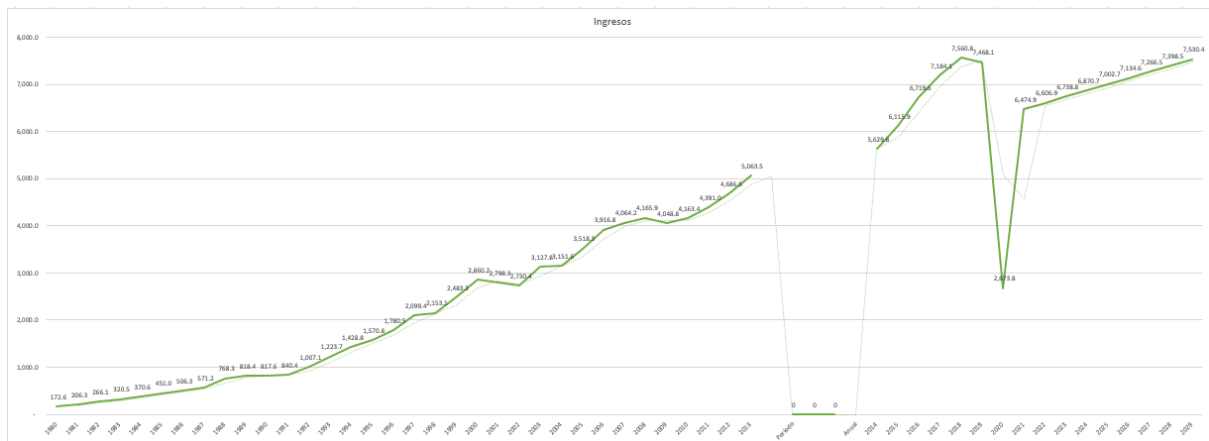
Período	Habitaciones hoteleras ^{1/} (Unidades)	Tasa ocupación hotelera ^{1/} (%)	Ingresos p/turismo ^{2/} (Millones US\$)	Empleos generados por la hotelería ^{1/}		
				Total	Directos	Indirectos
				Personas		
Anual						
2014	70,508	74.8	5,629.8	228,180	64,506	163,675
2015	72,192	75.5	6,115.9	263,936	74,648	189,288
2016	73,578	78.0	6,719.6	303,066	85,485	217,581
2017	77,947	77.1	7,184.1	325,079	91,721	233,358
2018	80,703	77.5	7,560.8	336,480	94,704	241,775
2019	83,041	71.6	7,468.1	358,365	100,716	257,649
2020	88,093	40.5	2,673.8	141,747	40,000	101,746
2021	90,260	63.6	6,474.9			
2022	92,426	62.3	6,606.9			
2023	94,592	61.0	6,738.8			
2024	96,758	59.7	6,870.7			
2025	98,925	58.4	7,002.7		Proyectado	
2026	101,091	57.1	7,134.6			
2027	103,257	55.8	7,266.5			
2028	105,423	54.6	7,398.5			

La tabla nos muestra el potencial aumento en el número de habitaciones hoteleras en la zona Este, comenzando por el hecho de haber estado en 70,508 en el año 2014, y cómo para el

año en curso aumentó a 90,260, lo cual muestra un crecimiento de 2,167 habitaciones más que el año pasado, el 2020, año donde la pandemia azotó fuertemente al sector turismo. Aparte de esto, tenemos la proyección para los años siguientes en cuanto al aumento en número de habitaciones se refiere, alcanzando un total de 105,423 habitaciones para el año 2028, lo cual muestra regularidad en el aumento de las mismas con el pasar de los años, dígase que no aumentan de manera abrupta porque los ejecutivos del sector saben que es mejor ir aumentando de manera gradual para lograr mantener la estabilidad en el sector y en los ingresos por habitación.

En la tabla previamente examinada también podemos distinguir el aumento en los ingresos del país gracias al sector turismo, reflejado en millones de dólares en la muestra adjunta, notando cómo en el año 2020 el ingreso total fue de USD\$2,673.8 millones y se prevé que al finalizar el año 2021, haya aumentado a un total de USD\$6,474.9, esto muestra la gran recuperación que tuvo el sector luego de la pandemia, y cómo contribuye de manera exponencial al crecimiento económico de la República Dominicana, ya que hay una diferencia de USD3,801.1 millones entre ambos años, a favor del crecimiento en el año en curso.

Aunque se puede ver en la tabla que el crecimiento del turismo de lujo en la zona no se verá proyectado de manera exorbitante, vemos que existe el crecimiento potencial y de manera gradual con el pasar de los años, lo cual refleja estabilidad en dicho crecimiento y nos da una idea clara de cómo este sector seguirá contribuyendo al desarrollo de la zona.



En la gráfica mostrada en la parte superior, podemos visualizar cómo con el pasar de los años los ingresos que ha generado el turismo de lujo en la zona van aumentando, y esto debido a que el auge del mismo en el país va en crecimiento, y conforme se va desarrollando esta rama de la industria hotelera, así mismo aumentan los ingresos que le genera al país.

Tomando en consideración los datos a partir del 2010 para tener una referencia más reciente, año en el cual comenzaron a ascender los ingresos, estando en ese año en USD\$4,163.4 millones y ascendiendo de manera gradual conforme pasaban los años, llegando a ser de USD\$7,560.8 millones en el año 2018, para luego decaer en el año 2020 debido a la llegada del COVID-19 a nuestro país, lo cual llevó al cierre del turismo de manera total, tanto nacional como internacionalmente. Podemos visualizar que en la proyección para los próximos años, partiendo del año en curso (2021) en el cual los ingresos se verán reflejados por un total de USD\$6,474.9 millones, dichos ingresos que se le atribuyen al sector del turismo de lujo llegarán a los USD\$7,530.4 en el año 2029, lo cual va de la mano con los datos que pudimos ver por igual en la tabla presentada anteriormente, de que los ingresos generados por el turismo de lujo aumentarán de manera gradual conforme vayan pasando los años, logrando una recuperación que le brinde estabilidad al sector y que aporte a su crecimiento en la zona.

CONCLUSIONES

Al realizar un análisis profundo del tema en cuestión en este proyecto de grado, se puede confirmar que sin duda la hotelería de lujo tiene un impacto positivo en la zona Este del país, más específicamente en el mercado de Punta Cana / Cap Cana, que es el sector que desarrolla de manera más amplia esta rama de la hotelería, pudiendo así mantenerse innovando en las estrategias que utiliza para brindar mejor servicio y lograr mayor reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

El turismo de lujo en la República Dominicana tiene un increíble potencial que apenas se está comenzando a explotar, ya que los inversionistas y ejecutivos hoteleros colaboran en conjunto con el gobierno del país para lograr el óptimo desarrollo del sector.

De este proyecto de grado, se distinguen aquellos factores caracterizan a la hotelería de lujo en general y aquellos que resaltan el gran trabajo de dicha rama del sector en el país, tomando muy en consideración que la zona Este realiza un trabajo exhaustivo para poder destacarse en el turismo de lujo y destacar al país como destino de lujo también.

Las competencias adquiridas con este proyecto son innumerables, debido a que se pudieron apreciar diferentes puntos de vista a la hora de realizar el estudio, y en conjunto con las fuentes de investigación se complementaron para el resultado final. Este proyecto de grado refleja todo lo aprendido respecto a cómo la hotelería de lujo ha contribuido, contribuye y seguirá contribuyendo al desarrollo económico de la zona Este del país, principalmente en el

mercado de Punta Cana / Cap Cana, logrando proyectar el avance en los próximos años según las métricas mostradas en el estudio.

Luego de haber finalizado con el estudio, se puede llegar a la conclusión de que si bien la República Dominicana y su desarrollo económico dependen de varios sectores, el sector turismo en general es uno de los que más le aporta económicamente al país, y con el crecimiento del turismo de lujo, el mismo eleva aún más el nivel de desarrollo del país, tanto en el ámbito económico como en el reconocimiento que tiene el país a nivel internacional.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, J., Oddone, N., Gil, L. *Fortalecimiento de la cadena de valor de turismo en Pedernales, República Dominicana* (2017).

Recuperado de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/41644/4/S1700486_es.pdf

Alves, T., Marreiro, M., Duarte, M. *Competencias y habilidades necesarias de los gestores de hoteles de lujo y super lujo: Un estudio de caso en el Polo Turístico Via Costeira, Natal, Brasil* (2012).

Recuperado de

<file:///C:/Users/Super%20Dell/Desktop/habilidades%20de%20los%20gestores%20de%20lujo.pdf>

Arecoa. *AMResorts lanza AMR Collection para fortalecer su posición en el mercado* (ago. 2021).

Recuperado de <https://www.arecoa.com/hoteles/2021/08/02/amresorts-lanza-amr-collection-fortalecer-aun-mas-posicion-mercado/>

Arecoa. *Hyatt: potente expansión global al sumar resorts de ALG* (ago. 2021).

Recuperado de <https://www.arecoa.com/hoteles/2021/08/20/hyatt-potente-expansion-global-al-sumar-resorts-alg/>

Arecoa. *Paradisus Grand Cana, nueva apuesta de Meliá por el “todo incluido” de lujo* (jul. 2021).

Recuperado de <https://www.arecoa.com/hoteles/2021/07/23/paradisus-grand-cana-nueva-apuesta-melia-incluido-lujo/>

Arecoa. *Turismo de RD estima cerrar 2021 con 4.8 millones de visitantes* (sep. 2021).

Recuperado de <https://www.arecoa.com/destinos/2021/09/09/turismo-rd-acelera-recuperacion-estiman-cerrar-2021-4-8-millones-visitantes/>

Banco Central de la República Dominicana. *Importancia del turismo en República Dominicana. Evolución reciente en el contexto del COVID-19 y perspectivas de recuperación* (ene. 2021).

Recuperado de <https://www.bancentral.gov.do/a/d/5003-importancia-del-turismo-en-republica-dominicana>

Campa Planas, F. *La contabilidad de gestión en la industria hotelera: Estudio sobre su implantación en las cadenas hoteleras en España* (2004).

Recuperado de

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8811/CopiadeTESISFINAL1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Consejo Nacional de Competitividad. *Plan Estratégico de marketing La Romana* (oct. 2015).

Recuperado de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2016/05/MKT-Plan-Estrategico-de-Marketing-La-Romana.pdf>

El Dinero. *El turismo creció un 5% anual en República Dominicana entre 2012 y 2019* (feb. 2020).

Recuperado de <https://eldinero.com.do/97826/el-turismo-crecio-un-5-anual-en-republica-dominicana-entre-2012-y-2019/>

El Dinero. *El turismo dominicano en la coyuntura económica actual* (jul. 2019).

Recuperado de <https://eldinero.com.do/86926/el-turismo-dominicano-en-la-coyuntura-economica-actual/>

El Dinero. *Turismo de lujo, un modelo emergente en República Dominicana* (nov. 2018).

Recuperado de <https://eldinero.com.do/72914/turismo-de-lujo-un-modelo-emergente-en-republica-dominicana/>

Forbes. *Sanctuary Cap Cana: un suntuoso paraíso que enamora en todos los sentidos.*

Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/ad-sanctuary-cap-cana-un-suntuoso-paraíso-que-enamora-en-todos-los-sentidos/>

Hosteltur. *República Dominicana: el turismo "está a punto de colapsar"* (sept. 2020).

Recuperado de https://www.hosteltur.com/139519_republica-dominicana-el-turismo-esta-a-punto-de-colapsar.html

Hotel Perú News. *César Ritz: El pionero de la hotelería de lujo moderna* (ene. 2018).

Recuperado de <https://hotelperunews.com/historias-de-hoteleros-cesar-ritz-el-pionero-de-la-hoteleria-de-lujo-moderna/>

M. C. Azpelicueta, J. Ramón y M. Abril. *La oferta turística de la ciudad de Ibiza en el siglo XXI: Patrimonio de la humanidad y establecimientos de lujo* (2016).

Recuperado de

<file:///C:/Users/Super%20Dell/Desktop/ibiza%20y%20turismo%20de%20lujo.pdf>

Mejía Urbáez, Y. *Análisis mediante simulación para la comparación y cuantificación de residuos; Estudio inicial en el sector hotelero para la Rep. Dominicana* (dic. 2013).

Recuperado de

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/20823/Mem%C3%B2ria%20-%20Mej%C3%ADa%20Urb%C3%A1ez,%20Yoselinda.pdf>

Ministerio de Turismo. *Ministro Turismo ve notable crecimiento económico República Dominicana* (s.f).

Recuperado de

<https://www.mitur.gob.do/ministro-turismo-ve-notable-crecimiento-economico-republica-dominicana/>

Reis Crotti, M. *La Hospitalidad y la influencia de la atención en la percepción de satisfacción de los hostales en hoteles de lujo en Brasil* (2018).

Recuperado de

<https://ezproxy.unibe.edu.do:2194/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=71b18f70-3e84-4c17-b042-50edca18325a%40sessionmgr4007>

Sánchez Aguirre, D. P. *Eventos culturales y alojamientos de lujo: El caso de la ciudad de Guanajuato, México* (s.f).

Recuperado de

<file:///C:/Users/Super%20Dell/Desktop/eventos%20y%20lujo%20mexico.pdf>